

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan zaman yang semakin modern ini senantiasa dimanjakan dengan berbagai kemudahan hidup, akibat dari kemajuan teknologi, serta kemudahan dalam mendapatkan dan memenuhi kebutuhan hidupnya yang semakin kompleks. Namun kemajuan teknologi ini tidak selalu berdampak positif, tetapi juga memiliki dampak yang negatif. Salah satu dari dampak negatif adalah bisa menimbulkan perilaku konsumtif di masyarakat. Berdasarkan badan pusat statistik (2018) perilaku konsumtif di Indonesia ini akan menjadi semakin meningkat dari 85 juta orang di tahun 2020 menjadi 135 juta orang di tahun 2030 yang artinya aktifitas perilaku konsumtif untuk kepentingan hidup sehari-hari semakin menjadi hal yang umum dan normal dilakukan. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang saat ini melanda kehidupan masyarakat, tidak terkecuali wanita karir yang dalam melaksanakan pekerjaannya membutuhkan sarana dan prasarana pendukung (Ratna&Hidayati, 2015).

Menurut Ratna & Hidayati (2015) Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang saat ini banyak melanda kehidupan masyarakat. Perilaku konsumtif saat ini banyak ditemukan pada berbagai macam kalangan status sosial masyarakat dari kalangan pengusaha, pedagang, PNS, pelajar pria maupun wanita. Di antara kalangan tersebut yang rentan terkena perilaku konsumtif adalah perempuan. Peneliti lain Rohman (2010) mengatakan bahwa konsumen dapat berhubungan secara langsung dengan orang lain atau mengalami kejadian karena memperhatikan orang lain melakukan aktivitas yang sama. Hal ini pekerja perempuan sering memperhatikan aktivitas yang dilakukan oleh keluarga dan teman kerjanya termasuk dalam hal konsumsi. Lingkungan kerja selalu menuntut pekerja perempuan untuk berperilaku konsumtif karena dalam menjalankan status sosialnya kadang pekerja

perempuan kerap dituntut untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan sosialnya.

Berdasarkan kutipan yang dilansir dalam wolipop.detik.com yang ditulis oleh Yuliastra (2013) di akses pada hari minggu 11 April 2021 menurut Kasandra beberapa wanita, memiliki kecenderungan untuk kompulsif sehingga ketika belanja tidak bisa fokus pada satu pilihan penyebab lainnya wanita sangat suka belanja diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh para ilmuwan di University of Michigan School of Public Health dalam penelitian yang di ketuai oleh Daniel Kruger itu terungkap, adanya perbedaan perilaku belanja antara pria dan wanita ini sudah terlihat dari sejak zaman nenek moyang di masa berburu. Wolf dalam Nafli (2019) mengatakan wanita-wanita modern di dunia menghadapi tekanan tertentu dari masyarakat dan berusaha secara intens untuk memenuhi keinginannya terhadap keindahan. Saat perempuan melihat bentuk tubuhnya sesuai dengan keinginannya, maka akan memberikan keuntungan yang positif bagi dirinya (Hurlock, 2001).

Terkadang perempuan sering tergoda untuk berpenampilan yang lebih menarik dibandingkan dengan orang lain. Untuk itu pekerja perempuan sering membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Keinginan untuk membeli sesuatu ini biasa muncul dikarenakan melihat iklan di televisi dengan rayuan-rayuan iklan yang diberikan, ikut-ikutan teman yang mengikuti mode yang sedang berkembang, dan sering kali mementingkan gengsinya agar tidak ketinggalan zaman (Ratna dan Nasrah, 2015). Penelitian lain dari (Riana, 2019) berpendapat bahwa pekerja perempuan lebih banyak menghabiskan uang untuk membeli produk dan jasa yang menjadi keinginan mereka dibandingkan untuk membeli kebutuhan yang lebih penting sebagai pendukung kinerja. Pekerja perempuan sebagai pelaku ekonomi seharusnya lebih mengutamakan kebutuhan sebagai prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan sosial.

Menurut Nitisusastro dalam Alamanda (2016) perilaku konsumtif dicerminkan dalam perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui seseorang dalam mencari, membeli menggunakan,

mengevaluasi, dan bertindak pada konsumsi produk, jasa maupun diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya. Peneliti lain Suyasa & Fransisca (2005) mengatakan bahwa secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman, hal ini disebabkan individu selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya akan tetapi kegiatan pembelian tidak ditunjang dengan finansial yang memadai sehingga timbulnya rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi.

Menurut Fromm pada dasarnya kebahagiaan manusia dari waktu ke waktu dengan mengkonsumsi barang yang lebih baik dari sebelumnya hal ini memungkinkan seseorang membeli dan membeli lagi, terutama barang-barang baru. Tindakan membeli dan mengkonsumsi barang tersebut telah menjadi tujuan irasional dan kompulsif, karena tujuannya terletak pada membeli itu sendiri, tanpa hubungan sedikitpun dengan manfaatnya atau dengan kesenangan dalam membeli dan mengkonsumsi barang-barang (Endang, 2013)

Menurut Tambunan dalam Pulungan & Hastina (2018) perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong dari keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Perilaku konsumtif biasanya digunakan untuk menunjukan pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksi untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Pendapat peneliti lain Assaad (2019), salah satunya banyak terjadi pada konsumen yang membeli barang tidak lagi berdasarkan kebutuhan melainkan atas dasar keinginan, hal tersebut diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi, salah satunya adalah menyebabkan daya beli serta perilaku konsumtif masyarakat bertambah. Daya beli tersebut menyebabkan pusat perbelanjaan bersaing menjual produknya untuk mendapatkan keuntungan.

Engel., *et all* (2002) berpendapat bahwa faktor perilaku konsumtif terbagi menjadi dua yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal

terdiri dari kebudayaan atau budaya, kelas sosial, pengaruh referensi, keluarga, situasi sedangkan faktor internal terdiri dari motivasi, harga diri, kepribadian, pengalaman belajar, gaya hidup (*lifestyle*). Faktor lingkungan memberikan peranan sangat besar terhadap pembentukan perilaku konsumtif seseorang. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Kholilah (2008) yang menunjukkan bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Berdasarkan dari hasil catatan lapangan yang dilakukan peneliti dengan 5 orang pekerja perempuan di wilayah Bekasi utara pada tanggal 10 Desember 2021 subjek berinisial IR yang bekerja di wilayah Bekasi Utara subjek memilih bekerja di Bekasi Utara. Subjek membeli barang atau produk secara berlebihan untuk menunjang penampilan masa kini karena subjek tidak mau menggunakan pakaian atau barang yang sama dalam waktu dekat untuk ke kantor. Subjek mengaku telah banyak membeli bermacam-macam style pakaian, bahkan beberapa diantaranya mempunyai warna yang berbeda dalam satu model pakaian. Hal ini sejalan dengan ciri perilaku konsumtif yang di kemukakan oleh Sumartono (2002) yakni, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status suatu individu yang menganggap suatu barang yang digunakan merupakan suatu simbol dari status sosialnya.

Menjaga penampilan juga merupakan alasan pekerja wanita dalam membelanjakan uangnya, berdasarkan wawancara dengan subjek berinisial S yang bekerja di Bekasi Utara, subjek sering melakukan perawatan kecantikan karena menurut subjek penampilan merupakan sesuatu yang sangat penting. Banyak produk *skincare* yang telah subjek miliki dan subjek gunakan untuk perawatan wajah dan tubuhnya agar terlihat lebih menarik. Banyak diantara kosmetik dan *skincare* tersebut yang tidak terpakai karena tidak cocok dikulit namun saat membeli subjek tergiur dengan review dan harga yang sedang *discount*. Subjek lebih suka berbelanja langsung karena lebih banyak pilihan, banyak potongan harga, dan bisa berbelanja di berbagai tempat. Hal ini sejalan dengan ciri perilaku konsumtif yang di kemukakan oleh Sumartono (Fransisca & Tommy, 2017) yakni, membeli barang karena menjaga penampilan diri dan gengsi. Gengsi yang membuat individu lebih memilih

membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, di bandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

Konsumsi dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan baik itu berupa kebutuhan primer maupun sekunder. Oleh karena itu setiap individu harus lebih bijak dalam memilih kebutuhan mana yang paling utama dari suatu barang serta yang mempunyai manfaat maupun kegunaan agar tidak terjadinya tindakan pemborosan. Pusat perbelanjaan seperti di Mall tidak jarang juga terdapat banyak barang-barang diskon, sehingga membuat para ibu sering menjadi kurang kontrol terhadap dirinya dan berbelanja secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan maupun kegunaan dari barang-barang yang hendak dibelinya (Endang, 2013).

Perilaku konsumtif berikutnya berdasarkan hasil wawancara dengan subjek berinisial LA yang bekerja di Bekasi Utara, subjek mengatakan sering pergi ke mall untuk melakukan belanja berbagai macam kosmetik, pakaian, tas dan lain-lain. Subjek mengaku tergiur terhadap review dari teman kantor yang menggunakan produk-produk tersebut, subjek mengaku boros karna tidak dapat mengatur keuangannya dengan baik. Terkadang subjek meminjam uang ke aplikasi pinjaman online untuk menunjang kebutuhan dan keinginannya, dan terkadang subjek membeli barang karena temannya merekomendasikan produk tersebut lebih bagus dari produk sebelumnya, hal ini sejalan dengan ciri perilaku konsumtif yang di kemukakan oleh Sumartono (Fransisca & Tommy, 2017) yakni, mencoba lebih dari 2 produk sejenis dengan merek yang berbeda hal akan menimbulkan pemborosan karena individu hanya cukup memiliki satu barang saja.

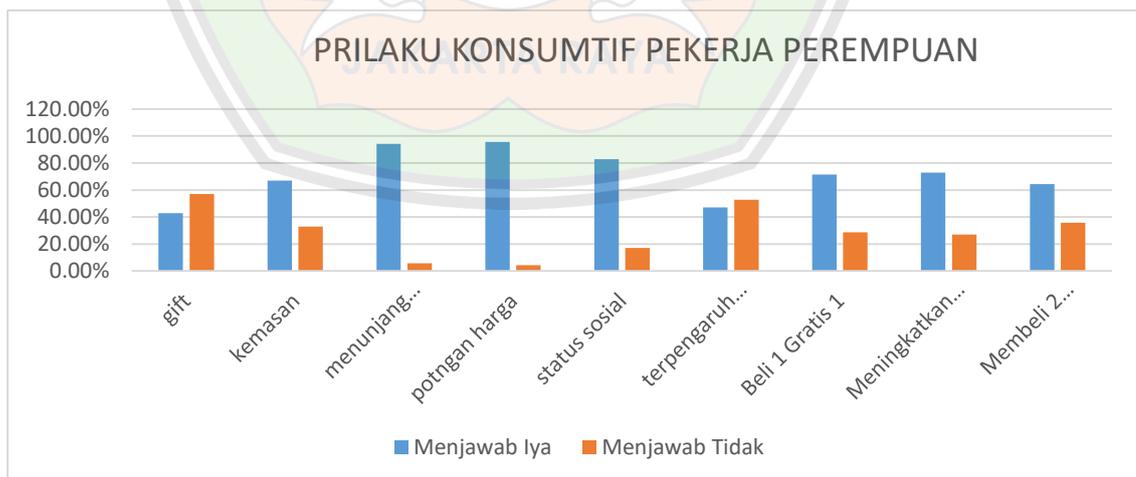
Perilaku konsumtif berikutnya berdasarkan hasil wawancara dengan subjek berinisial SA yang bekerja di Bekasi Utara diperoleh keterangan bahwa SA selalu membeli barang-barang di luar kebutuhan rumah tangga, SA mengaku apabila barang tersebut tidak ia beli maka muncul rasa penyesalan pada dirinya yang membuat dia susah tidur dan terus memikirkannya sehari-hari, sehingga SA memutuskan untuk membeli barang tersebut. SA terkadang membeli barang melalui aplikasi online hal ini dikarenakan banyak pilihan serta bermacam-macam model dari barang tersebut. Sikap membeli suatu

barang sering tidak didasari pada kebutuhan yang sebenarnya dikarenakan perilaku yang dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang cenderung lebih konsumtif dalam membeli barang.

Membeli barang yang didasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang hanya akan membuat seseorang menjadi konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Apabila perilaku konsumtif terus menerus terjadi maka akan mengakibatkan kondisi keuangan menjadi tidak terkontrol selain itu akan menimbulkan tindakan pemborosan dan berakibat pada menumpuknya barang karena pembelian yang dilakukan secara berlebihan atau terus menerus.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pekerja perempuan dikatakan berperilaku konsumtif dapat dilihat dari aspek yang dikemukakan Engel (2002) yang mengatakan bahwa aspek perilaku konsumtif adalah pembelian impulsif, pemborosan, pembelian tidak rasional.

Berdasarkan hasil survei awal yang peneliti lakukan pada 70 pekerja perempuan pada tanggal 19 November 2021 sampai 04 Desember 2021 menggunakan google form, di peroleh hasil sebagai berikut:



Gambar 1.1

Perilaku konsumtif pekerja perempuan

Berdasarkan dari hasil survei bahwa terdapat beberapa sebab yang menyebabkan pekerja perempuan dapat berperilaku konsumtif. Diantaranya gift, kemasan, menunjang penampilan, potongan harga, status sosial, terpengaruh selebgram, beli 1 gratis 1, meningkatkan kepercayaan diri, serta membeli 2 produk dengan kegunaan yang berbeda. Hal tersebut didasari oleh kemauan atau keinginan seseorang tanpa mereka memikirkan kembali apa manfaat kegunaan barang tersebut. Dari hasil tersebut terdapat 30 pekerja perempuan tertarik dengan gift dengan persentase 42,9% serta 47 pekerja perempuan membeli produk karena tertarik dengan kemasan memiliki persentase sebesar 67,1%, sesuai dengan perilaku konsumen hal ini dapat dilihat sebagai suatu proses pengambilan keputusan bahwa pekerja perempuan tidak dapat mengontrol diri dengan baik menurut Chaplin (2018) kontrol diri adalah suatu kemampuan insividu untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan, merintang *impuls-impuls* yang ada.

Sejumlah 66 pekerja perempuan membeli produk karena dapat menunjang penampilan dengan persentase sebesar 94,3% dan 67 pekerja perempuan sering membeli produk atau barang karena adanya potongan harga dengan persentase 95,7% serta 58 pekerja perempuan membeli produk yang dapat menunjang status sosial dengan persentase 82,9% hal tersebut terlihat bahwa pekerja perempuan terpengaruh oleh motif emosional. Motif emosional itu sendiri menurut Schiffman dan Kanuk (2004) adalah suatu hal-hal yang bersifat pribadi atau subjektif seperti status, harga diri, perasaan cinta dan lain sebagainya. Konsumen yang terpengaruh oleh motif emosional ini sering kali tidak mempertimbangkan apakah barang yang dibeli sesuai dengan dirinya serta kebutuhannya.

Kemudian sejumlah 37 pekerja perempuan membeli produk karena terpengaruh oleh selebgram dengan persentase 52,9% dan 50 pekerja perempuan karena tertarik dengan label beli 1 gratis 1 dengan persentase 71,4%. Hal ini tergolong kedalam karakteris perilaku konsumtif menurut Munandar (2006) yaitu mudah terbujuk oleh punjal hal ini membuat seseorang menjadi tergesa-gesah dalam memilih suatu barang. Membuat seseorang akan membeli karena keinginan sesaat dan tidak memiliki

pertimbangan yang pasti. Keputusan dalam pembelian adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan – kemungkinan dari alternatif tersebut bersamaan dengan konsekuensinya.

Selanjutnya sekitar 51 pekerja perempuan membeli produk mahal untuk meningkatkan kepercayaan dirinya dengan persentase 72,9% sedangkan 45 pekerja perempuan membeli produk berbeda dengan kegunaan yang sama dengan persentase 64,3% dari hasil ini sejalan dengan pendapat Maulana (2013) dimana perilaku konsumtif merupakan perilaku yang timbul berupa keinginan untuk membeli barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi dikenal dengan istilah *compulsive buying disorder* atau bisa juga disebut kecandu belanja seseorang yang sudah terjebak didalamnya tidak dapat membedakan mana kebutuhan serta keinginannya.

Naomi & Mayasari (2008) berpendapat bahwa perilaku konsumtif yang ditunjukkan dengan perilaku berbelanja yang berlebih telah membawa dampak buruk bagi lingkungan hidup. Adapun dampak pada perilaku konsumtif yang terjadi adalah pemborosan, menimbulkan kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan menabung, dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang.

Hawkins (2007) mengatakan bahwa informasi serta wawasan adalah hal penting yang mempengaruhi minat beli konsumen. Informasi mencakup semua fakta, estimasi, prediksi dan hubungan di antaranya, yang mempengaruhi persepsi konsumen, berkenaan dengan kebutuhannya. Wanita yang bekerja akan lebih memiliki wawasan dan informasi yang lebih luas karena mereka memiliki interaksi yang luas pula untuk mengembangkan pemikirannya di bandingkan wanita yang hanya tinggal di rumah.

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dilihat bahwa pekerja perempuan di Bekasi utara memiliki perilaku konsumtif berlebih dimana dari hasil survei dan wawancara non-formal yang sudah dilakukan peneliti termasuk kedalam aspek yang dikemukakan Engel (2002) yang mengatakan bahwa aspek perilaku konsumtif adalah pembelian

impulsif, pemborosan, pembelian tidak rasional. maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang “Perilaku Konsumtif Pada Pekerja Perempuan di Bekasi Utara”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan permasalahan memiliki tujuan untuk membandingkan penelitian yang sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Membandingkan keduanya maka dapat diketahui perbedaan-perbedaan dan ciri khas penelitian yang sedang dilakukan sekarang, meskipun berbeda dalam hal kriteria subjek, jumlah, dan posisi variabel penelitian atau metode yang digunakan namun penulis belum menemukan penelitian terdahulu yang penulis sedang teliti saat ini. Penelitian ini memfokuskan pada Perilaku Konsumtif Pada Pekerja Perempuan di Bekasi Utara.

Penelitian sebelumnya terkait dengan perilaku konsumtif adalah mengenai “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan X” berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif gaya hidup hedonis secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan “X”. Hal ini memberikan pengertian semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan “X”.

Penelitian kedua dilakukan oleh Ikhwan Ratna dan Hidayati Nasrah (2015) yang berjudul “Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Lingkungan Pemerintahan Provinsi Riau” berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, maka disimpulkan bahwa perilaku konsumtif terdapat pada kategori sedang. Pada wanita karir di Pemprov Riau memiliki perilaku konsumtif masih berada di ambang wajar, namun hal ini masih perlu dikurangkan agar barang-barang yang sudah dibeli dapat lebih bermanfaat sesuai dengan kebutuhan dari menggunakannya.

Penelitian ketiga yang berjudul “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif *online shopping* pada wanita usia dewasa awal”

berdasarkan hasil yang di dapat pada penelitian ini disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif *online shopping* pada wanita usia dewasa awal. Pengaruh ini bersifat positif, yang artinya semakin tinggi kontrol diri seseorang wanita usia dewasa awal maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Begitupun sebaliknya, semakin rendah kontrol diri pada wanita usia dewasa awal maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Penelitian keempat yang berjudul “Hubungan Antara Citra Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Barang Produk Make Up Pada Wanita Karir” berdasarkan hasil yang didapat bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara citra diri dengan perilaku konsumtif membeli *make up* pada wanita karir dimana semakin tinggi citra diri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya bahwa di peroleh *R-square* sebesar 95,65%.

Penelitian selanjutnya “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pegawai” berdasarkan hasil penelitian yang didapat disimpulkan bawah terdapat pengaruh yang signifikan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif dengan nilai t-hitung sebesar (4,968) lebih besar dari nilai t-tabel (1,990). Penelitian selanjutnya “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir di Lingkungan Pemerintahan Daerah Kabupaten Bengkalis” berdasarkan dari penelitian ini disimpulkan bawah gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada wanita karir di Lingkungan Pemerintahan Kabupaten Bengkalis. dari hasil uji t terlihat bahwa t-hitung > t-tabel (4,379 > 1,989) maka semakin tinggi gaya hidup wanita karir, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dimiliki. Sebaliknya, semakin rendah gaya hidup wanita karir maka akan semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtifnya.

Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Syifa Ulayya & Endah Mujiasih (2020) yang berjudul “Hubungan Antara *Self-Control* dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Money* Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro” berdasarkan hasil penelitian yang didapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan negatif

antar kedua variabel, yang berarti semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah perilaku konsumtif pengguna *E-Money*. Begitupun sebaliknya jika semakin rendah *self-control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif pengguna *E-Money*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro memiliki tingkat *self-control* yang tinggi yaitu sebesar 66,5% dan tingkat perilaku konsumtif sebesar 64,2% yang termasuk rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya *self-control* mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro diikuti dengan rendahnya perilaku konsumtif pengguna *e-money*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang perilaku konsumtif, maka dari itu peneliti ingin menggambarkan bagaimana perilaku konsumtif pada pekerja perempuan di Bekasi Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui proses terjadinya perilaku konsumtif pada pekerja perempuan

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan memperoleh manfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat serta informasi baru atau data ilmiah sebagai masukan kepada ilmu psikologi mengenai perilaku konsumtif pada pekerja perempuan di Bekasi Utara.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk membantu mengedukasi mengenai perilaku konsumtif yang dilakukan oleh pekerja perempuan.